



**PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, LOYALITAS
MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK TAS MEREK GOSH PADA
MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI
MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

Oleh :

ISNA ADAWIYAH

NIM. 201411422

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2018**



**PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, LOYALITAS
MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK TAS MEREK GOSH PADA
MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI
MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

Skripsi Ini Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Jenjang Pendidikan
Strata Satu(S1) Pada Fakultas Ekonomi Dan Binis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

ISNA ADAWIYAH

NIM. 201411422

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2018**

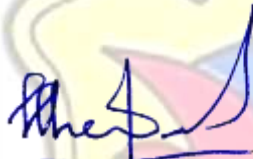
**PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, LOYALITAS
MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK PADA TAS MEREK GOSH**

**(Surevi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program
Studi Manajemen Universitas Muria Kudus)**

Skripsi disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim
Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Kudus2018

Pembimbing I



Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Noor Azis, SE., MM
NIDN. 0609107501

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



Agung Subono, SE, M.Si
NIDN. 0520017602

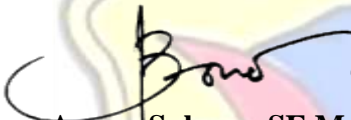
**PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, LOYALIAS
MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK PADA TAS MEREK GOSH**

**(surevi pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis program studi
manajemen universitas muria kudus)**

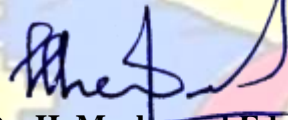
Skripsi ini telah distujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,.....2018

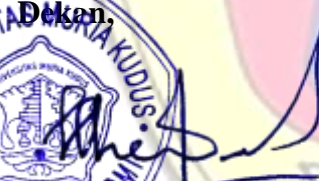
Mengetahui
KetuaProgDi


Agung Subono, SE,M.Si
NIDN. 0520017602

Pembimbing I


Dr. H. Mochamad Edris, Drs,MM.
NIDN. 0618066201

Mengetahui
Dekan


Dr. H. Mochamad Edris, Drs,MM
NIDN. 0618066201

Pebimbing II


Noor Azis, SE.,MM
NIDN. 0609107501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Dan Mintalah pertolongan(Kepada) Allah dengan sabar dan sholat. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusu’, (yaitu) orang-orang yang yakin, bahwa mereka akan menemui Robb-nyadan bahwa mereka akan kembali kepada-Nya “

(QS Al Baqarah : 45-46)

Kupersembahkan kepada :

- 1. Allah SWT*
- 2. Orang Tuasaya*
- 3. Teman-teman*
- 4. Alamamter UMK*



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Loyalias Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Tas Merek Gosh (Surevi pada mahasiswi fakultas ekonomi Dan bisnis Program Studi manajemen universitas muria Kudus)” dengan baik. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moril maupun spiritual maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, yang selalu menyertai kehidupan penulis dengan berkat dan KuasaNya.
2. Bapak Dr.H.Mochamad Edris,Drs,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus dan selaku dosen pembimbing I.
3. Bapak Agung Subono,SE,M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
4. Bapak Noor Azis SE.,MM selaku dosen pembimbing II yang juga mengarahkan dan membimbing penulis sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
5. Mahasiwa Universitas Muria Kudus yang bersedia di wawancara untuk memperoleh data yang penulis perlukan.
6. Responden yang telah membantu penulis dengan mengisi kuesioner guna melengkapi data yang penulis perlukan.

7. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan dan nasehat.
8. Sahabat-sahabat dan teman-teman seperjuangan, terima kasih untuk doa dan memberikan dukungan hingga saat ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya.

Kudus,

2018

Penulis

Isna Adawiyah
201411422

ABSTRAKSI

PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK LOYALITAS MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK PADA TAS MEREK GOSH

**(survey pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis program studi
manajmen univeritas muria kudus)**

ISNA ADAWIYAH

NIM. 201411422

Dosen pembimbing : 1. Dr. H. Muchamad Edris, Drs,MM

2. Noor Azis., SE.,MM

UNIVERITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJMEN

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah ada pengaruh citra merek, kesadaran merek dan loyalitas merek terhadap ekuitas merek pada tas merek Gosh di Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus secara parsial mapupun berganda. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah citra merek (X_1), Kesadaran Merek (X_2), dan loyalitas merek (X_3) sebagai variabel independen dan ekuitas merek (Y) sebagai variabel dependen. Data yang diperoleh dengan membagikan kuesioner tentang citra merek, kesadran merek, loyalitas merek kepada 280 responden. Uji instrument data digunakan validitas dan uji reliabilitas. Analisis data menggunakan regresi uji t (uji parsial), uji f (berganda) analisis koefisien determinasi (*adjusted R square*). Hasil penelitian adalah ada pengaruh positif dan signifikan citra merek, kesadaran merek, loyalitas merek dapat mempengaruhi ekuitas merek pada tas merek Gosh di mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis program studi manajemen universitas muria kudus.

Kunci : Citra Merek, Kesadaran Merek, Loyalitas Merek, Ekuitas Merek

ABSTRACT

THE EFFECT OF BRAND IMAGE, BRAND LOYALTY BRAND AWARENESS ON BRAND EQUITY ON BRAND BAG GOSH

***(Survey On Student Faculty Economy And Binis Study Program
Management University Muria Kudus)***

ISNA ADAWIYAH

NIM. 201411422

Lecturer mentor : 1. Dr. H. Muchamad Edris , Drs , MM
2. Noor Azis ., SE. , MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

***FACULTY OF ECONOMIC AND BINIS THE MANAGEMENT STUDY
PROGRAM***

The research this is for test is there is influence image brand, consciousness brand and loyalty brand to equity brand on bag brand Gosh in College student Faculty Economics and Business Studies Program Management University Holy Muria Partial map multiple. In research this variables used is image brand (X_1), Awareness Brand (X_2), and loyalty brand (X_3) as variable independent and equity brand (Y) as variable dependent. Data obtained with share questionnaire about image brand, kesadran brand, loyalty brand to 280 respondents. Test data instrument used validity and test reliability. Data analysis using regression t test (test partial), f test (multiple) analysis coefficient determination (adjusted R square). Results research is there is influence positive and significant image brand, consciousness brand, loyalty brand could influence equity brand on bag brand Gosh in student faculty economy and business course of study management university muria holy.

Keywords : Brand Image , Awareness Brand , Loyalty Brand , Equity Brand

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang lingkup	5
1.3 Perumusan masalah	5
1.4 Tujuan penelitian	7
1.5 Manfaat penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Merek.....	9
2.2 Citra Merek.....	10
2.3 Kesadaran Merek.....	12
2.4 Loyalitas Merek.....	16
2.5 Ekuitas Merek.....	20
2.6 Hubungan Antar Variabel.....	23
2.7 Kerangka pikir teoris	27
2.8 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan penelitian.....	30
3.2 Variabel penelitian.....	30
3.3 Jenis dan Sumber Data	33
3.4 Populasi dan Sampel.....	33

	Halaman
3.5 Pengumpulan data	35
3.6 Pengolahan data.....	36
3.7 Uji instrument.....	36
3.8 Metode analisis data	38
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran umum objek penelitian.....	43
4.2 Uji instrument.....	44
4.3 Penyajian data.....	47
4.4 Analisis data	54
4.5 Pembahasan.....	63
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran-saran	68
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek.....	45
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kesadaran Merek.....	45
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Merek.....	46
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Ekuitas Merek.....	46
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Reliabilitas	47
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester Responden.....	48
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden.....	49
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Responden ..	49
Tabel 4.9 Frekuensi Variabel Citra Merek	44
Tabel 4.10 Frekuensi Variabel Kesadaran Merek	51
Tabel 4.11 Frekuensi Variabel Loyalitas Merek	52
Tabel 4.12 Frekuensi Variabel Ekuitas Merek	53
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi.....	54
Tabel 4.14 Hasil Analisis Parsial.....	56
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Berganda.....	60
Tabel 4.16 Nilai Adjusted R Square	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 KerangkaPemikiranTeoris.....	28

